

KROK 1: DLACZEGO WARTO ZAŁOŻYĆ KANAŁ NA YOUTUBE?

Każdy kanał na YouTube nie zaczyna się od pierwszego filmu. Zaczyna się od koncepcji. A żeby wymyślić koncepcję swojego kanału na YouTube, musisz zadać sobie bardzo proste pytanie: dlaczego chcę założyć kanał na YouTube? Nadal ważne jest, żebyś zadał sobie to pytanie, wraz z kilkoma innymi, do których przejdziemy wkrótce, abyś mógł mieć jasną wizję tego, jak ma wyglądać Twój kanał na YouTube.

DLACZEGO CHCESZ ZAŁOŻYĆ KANAŁ NA YOUTUBE?

Czy chcesz założyć kanał na YouTube, ponieważ uważasz, że będzie to fajne hobby? Ponieważ wierzysz, że masz dużą wiedzę i chcesz się nią podzielić z resztą świata? Ponieważ po prostu masz pasję do produkcji filmów i uważasz, że YouTube jest realną drogą do tego? Ponieważ masz silne poglądy i chcesz dotrzeć do ludzi z nimi związanymi? Każdy z tych powodów lub jakikolwiek podobny powód jest całkowicie wykonalną opcją na założenie kanału na YouTube. Ale jeśli chcesz założyć kanał na YouTube, ponieważ po prostu chcesz mieć wirusowe wideo lub ponieważ chcesz spróbować zarobić na życie, musisz przemyśleć sprawę jeszcze raz. Tak, istnieje niewielka szansa, że jeden lub więcej Twoich filmów stanie się wirusowy w Internecie. Tak, istnieje niewielka szansa, że Twój kanał na YouTube odniesie na tyle duży sukces, że będziesz mógł na nim zarabiać. Ale żaden z tych powodów nie jest wystarczająco dobry, aby założyć kanał na YouTube. Jeśli to są Twoje powody, to z pewnością będziesz rozczarowany. Pamiętaj, że zostanie odnoszącym sukcesy YouTuberem polega na tworzeniu wysokiej jakości treści, które Cię interesują, a następnie stosowaniu sprawdzonych lub innowacyjnych strategii marketingowych, aby dostarczać te filmy do określonej grupy demograficznej, do której dany temat przemawia. Musisz mieć uzasadniony powód, aby to zrobić, aby mieć motywację do kontynuowania produkcji i marketingu filmów na YouTube. Jeśli masz zbyt nierealne oczekiwania wobec siebie, to kiedy Twój pierwszy film nie osiągnie miliona wyświetleń lub cokolwiek innego, z pewnością będziesz rozczarowany.

JAKIEGO RODZAJU FILMY CHCESZ NAGRAĆ?

Najbardziej udane filmy na YouTube skupiają się na określonym temacie lub niszy. W idealnym przypadku powinieneś już mieć pomysł na rodzaj filmów, które chcesz nagrać. Aby zdecydować, jakiego rodzaju filmy na YouTube chcesz produkować, musisz najpierw zdecydować, jaki jest cel filmu. Czy Twój film będzie filmem edukacyjnym, czy będzie zabawiał ludzi? Czy będziesz dzielić się swoimi poglądami ze światem, czy będziesz recenzować produkty? Czy będziesz informować ludzi o bieżących wydarzeniach, czy będziesz przeprowadzać wywiady z innymi ludźmi? To tylko kilka pomysłów na to, jaki może być cel Twoich filmów na YouTube. Po ustaleniu celu swoich filmów możesz zdecydować, jakiego konkretnego tematu chcesz, aby dotyczyły Twoje filmy. Na przykład możesz zdecydować się na przesłanie recenzji produktów, ale nie możesz przesłać recenzji gry wideo, a następnie recenzji sprzętu survivalowego, ponieważ są to dwie zupełnie różne rzeczy i sprawia to, że mniej jasne jest, o czym naprawdę jest Twój kanał. Oczywiście, obecnie istnieje kilka bardzo udanych kanałów YouTube, które skupiają się na różnych tematach. Na przykład istnieją kanały edukacyjne, które obejmują wszystko, od matematyki i nauk ścisłych po historię i literaturę. Ale faktem jest, że tego typu tematy są ze sobą powiązane, ponieważ są skierowane do tej samej grupy odbiorców (o czym wkrótce porozmawiamy): dzieci w wieku szkolnym, które potrzebują pomocy w odrabianiu prac domowych. Kanał z recenzjami produktów, który obejmuje recenzje gier wideo i filmów, ale także sprzętu survivalowego, jest atrakcyjny dla dwóch zupełnie różnych grup demograficznych, a w takim scenariuszu mądrzej byłoby podzielić swój kanał na dwa, jeden z recenzjami gier wideo, a drugi z recenzjami sprzętu survivalowego. Przede wszystkim ważne jest, aby temat Twojego kanału YouTube był czymś, co TY pasjonujesz. Popętniasz poważny błąd, jeśli zdecydujesz się produkować treści o czymś, co Twoim zdaniem spodoba

się odbiorcom, a nie o tym, co lubisz Ty, ponieważ odbiorcy będą w stanie stwierdzić, że tak naprawdę nie interesuje Cię to, o czym produkuje filmy. Ale jeśli wyraźnie interesujesz się tym, o czym mówisz, i masz wiedzę na ten temat, odbiorcy będą bardziej skłonni to obejrzeć. Dlatego właśnie istnieją bardzo udane kanały YouTube o mało znanych tematach, takich jak robótka na drutach czy dziwne skecze.

JAKA JEST TWOJA GRUPA DOCELOWA?

Poruszyliśmy ten temat w naszej odpowiedzi na ostatnie pytanie: Twój kanał musi być wyraźnie skierowany do określonej grupy docelowej. W rzeczywistości to grupa docelowa w dużej mierze spaja kanał. Omówiliśmy już, w jaki sposób kanał edukacyjny obejmujący wszystko, od matematyki i nauk ścisłych po historię i gramatykę, może trafić do tej samej grupy docelowej uczniów szkół średnich lub gimnazjów, którzy szukają pomocy w odrabianiu prac domowych. Ale kanał z recenzjami produktów obejmujący sprzęt survivalowy i gry wideo po prostu nie może trafić do tej samej grupy docelowej. Dlatego tak ważne jest, aby dokładnie wiedzieć, do kogo będzie skierowany Twój kanał YouTube. Wiedząc, kim jest Twoja grupa docelowa, będziesz dokładnie wiedział, do kogo również kierować swoje filmy. Oto kilka pytań, które powinieneś sobie zadać na temat swojej grupy docelowej: ile mają lat? Jaki styl wideo preferują? Z jakich części kraju lub świata pochodzą? Do której płci Twoje filmy będą bardziej przemawiać, jeśli nie do obu? Jednym z najlepszych sposobów na określenie, jak wygląda Twoja grupa docelowa, jest zbadanie innych kanałów YouTube, które odnoszą sukcesy w mniej więcej tej samej niszy lub temacie i dowiedzenie się, do jakich osób te kanały są skierowane. Musisz wiedzieć, do kogo są skierowane Twoje filmy. Po prostu musisz.

JAK CZĘSTO BĘDZIESZ PRZESYŁAĆ FILMY?

Istnieje niewielka garstka kanałów YouTube, które odnoszą sukcesy, przysyłając nowe filmy tylko raz w tygodniu lub nawet raz lub dwa razy w miesiącu. Jednak jest o wiele więcej kanałów YouTube, które przysyłają jeden lub więcej filmów dziennie. Chodzi o to, że aby Twój kanał odniósł sukces, musisz regularnie publikować treści. Przez regularne publikowanie treści mamy na myśli publikowanie według harmonogramu. Zapytaj siebie, co możesz realistycznie zrobić. Chociaż możesz sobie wyobrazić przysyłanie nowego filmu każdego dnia, jeśli pomyślisz o tym realistycznie, możesz stwierdzić, że nie jest to dla Ciebie wykonalne. Dobra wiadomość jest taka, że nie musisz przysyłać nowego filmu każdego dnia. Jeśli będziesz je przysyłać regularnie i zgodnie z harmonogramem, będziesz mieć większe szanse na odniesienie sukcesu ze swoim kanałem. Przesyłanie nowego filmu co tydzień to dobra podstawa, od której możesz zacząć, ponieważ daje ci to co najmniej cztery nowe filmy na twój kanał miesięcznie. Aby zdecydować, jak często będziesz przysyłać nowe filmy, zastanów się, ile czasu zajmie ci wymyślenie pomysłu na film, nakręcenie go, zmontowanie, a następnie przesłanie. Cokolwiek robisz, nie stresuj się tym. Ostatnią rzeczą, którą chcesz zrobić, jest siedzenie całą noc, aby móc przesłać film na czas. Będziesz chciał trzymać się swojego harmonogramu tak blisko, jak to możliwe, ale jeśli nie prześlesz filmu na czas, to nic wielkiego. Pamiętaj, że jeśli przesyłasz co najmniej jeden nowy film tygodniowo, wszystko powinno być w porządku. Na koniec pamiętaj, aby być cierpliwym. Nie spodziewaj się, że prześlesz swój film pewnej nocy, a następnego ranka obudzisz się i odkryjesz, że ma pięćset tysięcy wyświetleń i dziesięć tysięcy nowych subskrybentów twojego kanału. Kanały YouTube rozwijają się z czasem i rozwijają się dzięki jakości treści, a prawdopodobnie jeszcze bardziej dzięki jakości marketingu. Z czasem stopniowo będziesz budować więcej subskrybentów i uzyskiwać więcej wyświetleń, kontynuując regularną produkcję wysokiej jakości treści i stosując techniki marketingowe, które omówimy później w tej książce elektronicznej.

KROK 2: JAK MOŻNA ZARABIAĆ PIENIĄDZE NA YOUTUBE?

To prawdopodobnie palące pytanie, na które chciałeś znać odpowiedź przez cały ten czas. W końcu zarabianie pieniędzy jest główną motywacją dla wielu YouTuberów, którzy inwestują swój czas i wysiłek w swoje filmy i działania marketingowe (oczywiście po swojej pasji do tematu treści). Ułatwimy Ci więc sprawę i odpowiemy teraz na to pytanie: tak, zarabianie pieniędzy na YouTube jest jak najbardziej możliwe. I czy można zarabiać na życie, tworząc filmy na YouTube? Cóż, jest garstka osób, które to robią, ale nie jest realistyczne myślenie, że zarobisz wystarczająco dużo, aby zapłacić wszystkie swoje rachunki. Po prostu tak nie jest. Więc chociaż nie możesz realistycznie zarabiać na YouTube w pierwszych tygodniach, miesiącach, a nawet w pierwszych latach od założenia kanału, możesz zarobić trochę dodatkowych pieniędzy na boku. Dlatego wiele osób, które prowadzą udane kanały na YouTube, będzie miało również dodatkową pracę, aby uzyskać bardziej regularny dochód, aby zapłacić swoje rachunki. Im więcej subskrybentów i wyświetleń masz, tym więcej pieniędzy będziesz w stanie zarobić. Oto kilka sposobów, w jaki możesz zwiększyć ilość pieniędzy, które zarabiasz na YouTube:

MIEJ WIDOWNIĘ

Przede wszystkim musisz mieć ludzi, którzy będą klikać, aby oglądać Twoje filmy. W miarę jak będziesz budować swoją publiczność, będziesz również w stanie zwiększyć swoją monetyzację. Aby ludzie oglądali Twoje filmy, pamiętaj, aby przede wszystkim regularnie publikować treści. Nie przesadzaj do tego stopnia, że się wyczerpiesz, ale musisz przysyłać filmy regularnie, a nie sporadycznie. Przesyłanie jednego nowego filmu co jeden do dwóch tygodni jest lepsze niż przysyłanie trzech filmów w jednym tygodniu, żadnych filmów w kolejnych dwóch tygodniach, czterech filmów w kolejnym tygodniu, żadnych filmów przez kolejne trzy tygodnie itd. Upewnij się, że Twoje filmy spełniają określoną niszę i są wyraźnie skierowane do określonej publiczności. Aby ludzie bardziej Cię lubili i byli bardziej skłonni do subskrybowania Twojego kanału, porozmawiaj z nimi i odpowiedz na ich pytania w sekcji komentarzy poniżej. Udostępniaj swoje filmy w mediach społecznościowych. Facebook, Twitter i Reddit to jedne z najbardziej opłacalnych opcji. Omówimy udostępnianie filmów z YouTube za pośrednictwem mediów społecznościowych później.

MONETYZACJA TWOICH FILMÓW

Aby w ogóle zarabiać na swoich filmach na YouTube, musisz je monetyzować, co oznacza, że zezwalasz YouTube na ustawianie reklam przed i w trakcie filmu, w które ludzie mogą klikać. Aby jednak monetyzować swoje filmy, musisz potwierdzić, że nie zawierają one żadnych materiałów chronionych prawem autorskim. Możesz również zdecydować, czy chcesz monetyzować wszystkie swoje filmy, czy tylko niektóre z nich. Pamiętaj, że im więcej masz subskrybentów i widzów, tym więcej reklam zostanie klikniętych i tym więcej pieniędzy możesz zarobić.

GOOGLE ADSENSE

Innym sposobem zarabiania na filmach na YouTube jest skonfigurowanie AdSense w Google. Każdy, kto ma ukończone osiemnaście lat i adres pocztowy oraz konto , może to zrobić. Po zweryfikowaniu przez AdSense będziesz zarabiać pieniądze za każde kliknięcie reklamy ORAZ za każde wyświetlenie. Jednak kwota, którą zarabiasz za wyświetlenia, jest DUŻO MNIEJSZA niż za kliknięcie reklamy.

ANALIZUJ SWOJE FILMY

Możesz śledzić analizy swoich filmów, aby zobaczyć, które konkretne filmy zarabiają najwięcej pieniędzy na Twoim kanale i do jakich grup demograficznych każdy film jest atrakcyjny. Jest to jeden z najlepszych sposobów, aby zobaczyć, które filmy najbardziej spodobały się Twojej publiczności.

PARTNERSTWO Z YOUTUBE

Na koniec, gdy już zdobędziesz dużą liczbę subskrybentów i wyświetleń swoich filmów, będziesz mógł nawiązać współpracę z YouTube, gdzie uzyskasz dostęp do większej liczby narzędzi YouTube, aby tworzyć więcej filmów, a nawet możesz wygrać nagrody w zależności od liczby wyświetleń. Każdy może nawiązać współpracę z YouTube, pod warunkiem, że jest członkiem YouTube z kanałem, który był oglądany przez ponad piętnaście tysięcy godzin w ciągu ostatnich trzech miesięcy.

KROK 3: POZNAJ SWOJĄ TREŚĆ

Nie tylko musisz być pasjonatem treści, które produkujesz, ale musisz też mieć wiedzę na temat treści, które produkujesz. Jeśli na przykład tworzysz filmy edukacyjne o matematyce i naukach ścisłych, lepiej znać wzory matematyczne i fakty naukowe. Albo jeśli kręcisz krótkie zabawne skecze, lepiej wiedzieć, jak bawić ludzi i rozśmieszać ich przez cały czas trwania filmu. Ale znajomość treści, które umieszczasz na YouTube, wykracza poza to. Nie tylko musisz być niezwykle dobrze zorientowany i pasjonować się tematyką filmów, które produkujesz, ale musisz również dokładnie wiedzieć, w jaki sposób te treści odnoszą się do odbiorców i co wyróżnia Twój kanał na tle innych kanałów, które są mniej więcej w tej samej niszy. Jest to klucz do zapewnienia udanego marketingu Twojego kanału YouTube. Nie myl tego, co mówimy. Nie możesz myśleć, że możesz stworzyć kanał YouTube, który bezpośrednio odwołuje się do każdej małej rzeczy, której odbiorcy pragną w filmach. Po prostu nie masz zasobów ani czasu, aby to zrobić. Ale możesz bezpośrednio odwołać się do określonej grupy odbiorców, których treści chcą oglądać, a następnie stopniowo budować bazę odbiorców. Zastanówmy się, jak to zrobić:

WIEDZ, JAK TWORZYĆ SWOJE TREŚCI

Nie mamy na myśli, że wiesz, jak używać odpowiednich kątów kamery, jak korygować kolory w swoich filmach podczas edycji, jak wstawiać muzykę do filmów itd. (mimo że wszystko to jest ważne dla poprawy jakości Twoich filmów). Chodzi o to, że musisz wiedzieć, jak tworzyć swoje treści, aby miały unikalny głos, który wyraźnie odróżnia Cię od innych kanałów YouTube w tej samej niszy. Twój kanał musi opowiadać zupełnie inną historię niż inne kanały YouTube w sposób, który może być zabawny, śmieszny, edukacyjny, inspirujący, wyjątkowy lub kombinacją któregoś z tych elementów. I nie tylko musisz sprawić, aby ludzie klikali Twoje filmy, ale musisz sprawić, aby obecni widzowie wracali po więcej. Muszą wyczekiwać kolejnego przestania, a Ty musisz również sprawić, aby chcieli opowiedzieć o Twoim kanale swoim znajomym. Wszystko sprowadza się nie tylko do fizycznej jakości Twoich treści, ale także do unikalnego głosu, który w nie wplatasz.

WIEDZ, JAK WSPÓŁPRACOWAĆ PRZY TWOJEJ TREŚCI

Kiedy mówimy „współpracuj przy swojej treści”, mamy na myśli, że musisz wiedzieć, jak połączyć swój kanał lub markę z ludźmi lub inną marką, która może rozpowszechnić Twoją treść. To jest coś, co omówimy znacznie bardziej szczegółowo później, ale to, co możemy powiedzieć teraz, to to, że najlepszym przykładem kogoś, z kim możesz współpracować przy swojej treści, jest inny popularny blog, który zajmuje się tą samą tematyką. Popularne blogi mają oczywiście istniejącą bazę fanów, do której mogą dotrzeć, aby rozpowszechnić Twoją treść. Krótko mówiąc, współpraca przy Twojej treści oznacza poszerzenie jej istotności i znalezienie oddanej i entuzjastycznej bazy fanów.

WIEDZ, JAK ZACHĘCIĆ LUDZI DO UDZIAŁU W TWORZENIU TWOJEJ TREŚCI

Wreszcie, nie chcesz, aby ludzie po prostu oglądali Twoje filmy. Chcesz, aby uczestniczyli w Twojej treści. Umieść w swoich filmach wezwanie do działania, które sprawi, że ludzie będą chcieli wchodzić z Tobą w interakcje i komunikować się z Tobą. Jednym ze sposobów jest oczywiście odpowiadanie na pytania w sekcji komentarzy, ale inną metodą jest organizowanie konkursów z nagrodami lub

publikowanie filmów z pytaniami i odpowiedziami, które zachęcą ludzi do zainteresowania się Twoim kanałem, a nie tylko do pozostania zwykłymi widzami.

KROK 4: KTO JEST TWOIM GRUPY PUBLICZNEJ?

Twój kanał YouTube nie odniesie sukcesu, jeśli najpierw nie określisz grupy docelowej. Innymi słowy, musisz dokładnie znać dane demograficzne swojej grupy docelowej na podstawie tego, kto najprawdopodobniej obejrzy Twoje treści. Oto dobra wiadomość: ponad trzysta godzin filmów jest przesyłanych na YouTube CO MINUTĘ. Oznacza to, że na YouTube jest coś dla każdego, a wszystko, co musisz zrobić, to bezpośrednio zwrócić się do niewiarygodnie małej części tych osób. Obecnie YouTube jest popularny wśród obu płci, ale mężczyźni częściej oglądają filmy na YouTube niż kobiety. Mężczyźni stanowią również większość widzów w przytłaczającej większości kategorii YouTube. Oczywiście wcale nie oznacza to, że kobiety nie są realną grupą docelową. Mężczyźni po prostu bardziej interesują się filmami i kanałami na YouTube, które dotyczą takich rzeczy, jak gry wideo, sport, samochody, projekty DIY na świeżym powietrzu itp. Kobiety częściej oglądają filmy i kanały na tematy takie jak uroda i moda, muzyka i podobne rzeczy. Osoby obu płci będą prawdopodobnie oglądać kanały i filmy dotyczące takich rzeczy, jak treningi i ćwiczenia, zabawne skecze oraz zwierzęta i zwierzęta domowe. Ale płęć z pewnością nie jest jedyną grupą demograficzną, którą należy wziąć pod uwagę podczas tworzenia filmów na YouTube. Inną wyraźną grupą demograficzną jest wiek. Możesz wierzyć lub nie, ale ludzie w każdym wieku oglądają filmy na YouTube, w tym osoby starsze i seniorzy. Jednak największą grupą wiekową filmów na YouTube są milenialsi. Nie tylko silna większość użytkowników YouTube to milenialsi, ale milenialsi spędzają znacznie więcej czasu na oglądaniu filmów na YouTube niż osoby z innych grup demograficznych. Czy możesz przyciągnąć osoby starsze swoim kanałem na YouTube? Oczywiście. Istnieje wiele udanych kanałów na YouTube, których główną widownią są osoby w wieku 65 lat i starsze. Pamiętaj, że milenialsi to najbardziej aktywni ludzie na YouTube i stanowią największą grupę demograficzną, do której możesz dotrzeć ze swoimi filmami. Ostatecznie jednak wszystko sprowadza się do rodzaju treści, które tworzysz.

KROK 5: PRODUKCJA FILMÓW – JAKOŚĆ NAJPIERW

Chociaż odnoszący sukcesy YouTuberzy mają różne rodzaje filmów, wszystkie są takie same pod tym względem, że są tworzone w jakości profesjonalnej. Na YouTube jest wiele bardzo złych i amatorskich filmów z okropną pracą kamery, niską jakością wideo na samym początku i niewielką ilością lub brakiem edycji. Tego rodzaju filmy naturalnie odstrasza ludzi z oczywistych powodów. Nie mówimy, że musisz produkować filmy najwyższej jakości, jak to możliwe, przy użyciu profesjonalnego planu filmowego i tak dalej, ale mówimy, że Twoje filmy muszą wyglądać wysokiej jakości, gdy ludzie je oglądają. Oznacza to posiadanie dobrej kamery, używanie dobrych kątów kamery i wykonanie dobrej edycji. Oto kilka wskazówek, których należy przestrzegać, aby mieć pewność, że Twoje filmy są wysokiej jakości:

WYSOKA JAKOŚĆ OBRAZU

Rzeczywista jakość obrazu na Twoich filmach jest bezpośrednio generowana przez rodzaj używanej kamery. Co jest fajne w dzisiejszym świecie, to to, że kamery, które są w naszych smartfonach, mają tendencję do bycia wystarczająco wysokiej jakości do filmów na YouTube, ale jeśli naprawdę chcesz być profesjonalny, rozważ zainwestowanie w kamerę z co najmniej 1080p, w przeciwieństwie do standardowej jakości YouTube 720p.

WYSOKA JAKOŚĆ DŹWIĘKU

Twój film nie może po prostu dobrze wyglądać. Musi też dobrze brzmieć. Tak, Twoja kamera ma mikrofon, ale wykorzystanie zewnętrznego mikrofonu będzie również dobrą inwestycją w uchwycenie większej ilości dźwięku i uczynienie go wyraźniejszym.

STABILIZACJA KAMERY

Trzęsąca się kamera nie tylko rozprasza; może nawet sprawić, że niektórzy widzowie poczują się chorzy, po prostu oglądając Twój film. Drżące ujęcia kamery powinny być używane tylko w określonych sekwencjach akcji i nawet wtedy należy ich używać oszczędnie. Używaj wszystkiego, co masz do dyspozycji, aby zredukować drżenie kamery. Jeśli zamierzasz mówić bezpośrednio do kamery, połóż ją na stole lub biurku bezpośrednio przed sobą. Jeśli nie masz stołu lub biurka, użyj statywu, który jest tani i łatwo dostępny. Albo jeśli zamierzasz chodzić podczas filmowania, użyj urządzenia stabilizującego, którego możesz chwycić, mając kamerę ustawioną przed twarzą. Podsumowując, sprzęt do stabilizacji kamery jest ważny dla poprawy ogólnej jakości Twojego filmu. Nie zaniedbuj go.

POZNAJ KĄTY KAMERY

Najlepsze kąty kamery to te, które wyglądają naturalnie, są dobrze skomponowane i wykorzystują jak najwięcej naturalnego światła. Pamiętaj, aby przestrzegać reguły trójkąta, co oznacza, że dzielisz klatkę na trzy części: lewą, środkową i prawą, a następnie górną, środkową i dolną. Nie ustawiaj obiektu swojego filmu w centrum uwagi, ponieważ sprawia to, że ujęcie wygląda na słabo skomponowane.

WIZUALNIE ATRAKCYJNE OBRAZY

Twoje ujęcia kamery muszą być również wizualnie atrakcyjne dla ludzkiego oka. Tutaj wkracza wykorzystanie tła. Przygotuj ujęcia kamery przed rozpoczęciem nagrywania materiału. Jeśli zamierzasz filmować na zewnątrz, masz nieograniczoną liczbę możliwości wykorzystania tła: błękitne niebo, las i okolicę, cokolwiek. Albo jeśli jesteś w środku, możesz również stworzyć własne tło, czy to będzie regał z książkami, jeśli Twój film ma charakter edukacyjny, kuchnia, jeśli materiał jest związany z gotowaniem, itd. Chodzi o to, że obiekty tła w Twoim filmie zawsze sprawią, że będzie on wyglądał bardziej interesująco i wizualnie atrakcyjnie. W przeciwieństwie do tego, nudne lub nieciekawe tło sprawia, że ujęcie wygląda nudno i nieinspirująco. Twoje tło powinno nie tylko odzwierciedlać temat Twojego filmu, ale także jego ton. Bądź kreatywny i eksperymentuj z różnymi tłami, zanim zdecydujesz się na to, które chcesz.

DOWIEDZ SIĘ, JAK EDYTOWAĆ WIDEO

Tego naprawdę nie można wystarczająco podkreślić. Nawet jeśli używasz wysokiej jakości kamery, zewnętrznego mikrofonu, stabilnej kamery z atrakcyjnymi kątami kamery i wizualnie interesującego tła, to wszystko może być na nic, jeśli wideo wydaje się być nierówno zmontowane. Nie inwestuj po prostu w najwyższej jakości oprogramowanie do edycji, jakie możesz kupić. Poświęć trochę czasu, aby nauczyć się, jak go używać. Oglądaj filmy (ironicznie, na YouTube) i korzystaj z samouczków online. Dowiedz się, jak korygować kolory w filmach, aby wyglądały profesjonalnie, dostosuj dźwięk, aby widzowie mogli go lepiej słyszeć, i spraw, aby cięcia między scenami i ujęciami płynęły ze sobą. Rozważ dołączenie logo swojej marki osobistej na początku i/lub na końcu filmu.

KROK 6: PRODUKCJA FILMÓW – OPTYMALIZACJA WYSZUKIWAREK

Jakość Twoich filmów jest absolutnie ważna dla zapewnienia ich skutecznego marketingu. Widzowie są zniechęceni filmami, które wyglądają nudno, nieinspirująco lub amatorsko, nawet jeśli przesłanie filmu jest przeciwieństwem tych rzeczy. Ale przynajmniej, jeśli Twoje filmy są wysokiej jakości, wiedzą,

że widzowie nie będą ich z tego powodu odrzucać. Ale teraz nadchodzi trudna część. Załóżmy, że nakręciłeś i zmontowałeś swoje pierwsze kilka filmów, a teraz nadszedł czas, aby przesłać je na swój kanał YouTube. Wykorzystałeś wskazówki, których nauczyłeś się w poprzednich krokach, a filmy zostały wyprodukowane profesjonalnie z wysokiej jakości obrazem i dźwiękiem oraz dokładnie zmontowane, aby wyglądały, sprawiały wrażenie i brzmiały profesjonalnie. Ekscytujące, prawda? Cóż, teraz nadchodzi trudna część. YouTube to bardzo zatłoczona strona internetowa. Co minutę przesyłanych jest sto godzin wideo. Oznacza to, że jakość Twojego filmu, choć ważna, nie wystarczy, aby wyróżnić go spośród innych. Nadal masz dużo pracy do wykonania i zaczniemy od drugiej części produkcji Twoich filmów: optymalizacji pod kątem wyszukiwarek. Kiedy myślimy o optymalizacji pod kątem wyszukiwarek, często w skrócie SEO, mamy na myśli pisanie artykułów na blogu. Zasadniczo SEO podczas pisania artykułów oznacza, że wstawiamy do artykułu określone słowa kluczowe, które podejrzewamy, że ludzie wpiszą w wyszukiwarkę, szukając informacji na Twój temat, i w ten sposób zwiększamy szanse na to, że Twoja witryna znajdzie się wysoko na stronie wyników wyszukiwania... co z kolei oznacza, że kierujesz do niej większy ruch. Zastosujemy bardzo podobną koncepcję do produkcji i przesyłania filmów, zaczynając od:

SŁOWA KLUCZOWE WIDEO

Ważne jest, aby Twój film zajmował wysoką pozycję na stronie wyników wyszukiwania YouTube, aby zwiększyć szanse na jego wyświetlenie, ale musi on również zajmować wysoką pozycję w innych wyszukiwarkach, szczególnie Google. Słowa kluczowe wideo to słowa kluczowe, które spowodują, że wyniki wideo znajdą się na pierwszej stronie Google. Załóżmy, że Twój film dotyczy zwierząt domowych. Tytuł filmu lub jego opis poniżej powinien zawierać „Słodkie psy” lub „gadające papugi” lub cokolwiek innego, co jest w filmie, ponieważ gdy ludzie wpiszą jedną z tych rzeczy w wyszukiwarce, Twój film pojawi się na stronie wyników wyszukiwania Google.

TYTUŁY

Tytuły Twoich filmów będą ważniejsze, niż myślisz. Jak właśnie widzieliśmy, mądrze byłoby uwzględnić słowa kluczowe filmu w tytule, aby zwiększyć szanse na wyświetlenie filmu w Google. W rzeczywistości tytuł Twojego filmu jest najważniejszym aspektem SEO w odniesieniu do Twojego filmu. Musi zawierać słowa kluczowe, które są istotne, aby zapewnić wysoką pozycję w wyszukiwarkach, a jednocześnie być wystarczająco kreatywne lub kuszące, aby ludzie chcieli w nie kliknąć.

OPISY FILMÓW

YouTube pozwala Ci napisać opis swojego filmu nad sekcją komentarzy i nigdy nie powinieneś pozwolić, aby ta sekcja się zmarnowała, ponieważ jest to doskonała okazja do dalszego wykorzystania SEO i kierowania ludzi do Twoich filmów. Możesz zauważyć, że w kilku filmach na YouTube, które oglądasz, opisy są krótkie i niewiele dłuższe niż zdanie. Duży błąd. Napisz najdłuższe opisy, jakie możesz. Okej, może nie „najdłuższe”, ale powinieneś pisać opisy, które mają kilka akapitów długości. Umieść w tych akapitach słowa kluczowe wideo, które poprawią ogólną optymalizację Twoich filmów pod kątem wyszukiwarek.

WEZWANIE DO SUBSKRYPCJI

Dołącz wezwanie do subskrypcji do opisów swoich filmów. Będziesz zaskoczony, ile osób faktycznie przeczyta opisy YouTube, a ponadto, ile osób zasubskrybuje, jeśli zostanie o to poproszone w opisie. Im więcej osób zasubskrybuje Twój kanał, tym bardziej YouTube zacznie Cię rozpoznawać i tym więcej pieniędzy zarobisz na reklamach. Zawsze umieszczaj wezwanie do subskrypcji na samym końcu opisu swojego filmu.

KROK 7: KONTAKT E-MAILEM

Jednym z najskuteczniejszych, ale też najmniej znanych sposobów kierowania ruchu do Twoich filmów jest kontakt z popularnymi blogerami i gwiazdami YouTube, którzy piszą lub filmują tematy podobne do Twoich filmów, za pośrednictwem poczty e-mail i poproszenie ich o udostępnienie Twoich filmów swoim czytelnikom. Jest to bardzo skuteczny sposób na rozpowszechnienie informacji o Twoim kanale YouTube, a co jeszcze fajniejsze, gdy wyślesz e-mail, a bloger wskaże, że chciałby udostępnić Twój film, nie musisz już nic robić. Twoim celem jest zintegrowanie misji Twojego kanału z popularnymi blogerami, aby zwiększyć swój wpływ w Internecie. Wielu blogerów nie ma własnych kanałów YouTube, ale chętnie publikują filmy, które demonstrują lub mówią o temacie ich blogów. Twoje filmy na YouTube mogą być właśnie tymi filmami, których szukają. Jednak nie chcesz zaczynać wysyłać e-maili do popularnych blogerów zaraz po uruchomieniu swojego kanału. Zamiast tego poczekaj, aż zbudujesz swoją liczbę wyświetleń, a zwłaszcza listę subskrybentów, zanim zaczniesz wysyłać wiadomości do blogerów. W przeciwnym razie nie uwierzą, że jesteś bardzo wiarygodny i poczują się mniej komfortowo, linkując do swoich filmów lub polecając swój kanał. Przyjrzyjmy się dodatkowej metodzie, której możesz użyć do marketingu swojego kanału YouTube za pomocą poczty e-mail:

ZMIENÍ SWOICH SUBSKRYBENTÓW W KONTAKTY E-MAILOWE

Powód jest prosty. Prosisz swoich subskrybentów (i widzów) o odwiedzenie Twojej witryny. Dlatego warto mieć witrynę dla swojego kanału YouTube. Na swojej stronie internetowej prosisz ich o subskrypcję witryny, a tym samym o podanie Ci swoich adresów e-mail. Kiedy się zasubskrybują, powinieneś również zaoferować bezpłatny upominek, taki jak bezpłatny przewodnik na temat Twojego kanału YouTube. Powinieneś również informować każdego subskrybenta witryny o każdym nowym filmie, który wydasz. Nie zdziw się, jeśli Twoja lista subskrybentów e-mail jest w rzeczywistości większa niż lista subskrybentów YouTube. Powodem jest to, że możesz zaoferować swoim obserwatorom więcej za pośrednictwem subskrypcji e-mail niż za pośrednictwem subskrypcji YouTube. Buduj relacje z tymi subskrybentami, organizując konkursy, informując ich o nowych filmach, pytając ich, co chcieliby zobaczyć w przyszłych filmach i okresowo oferując darmowe prezenty. Możesz nawet zdecydować, że chcesz sprzedawać produkty lub usługi swoim subskrybentom. Wiele udanych kanałów YouTube ma koszulki, kubki do kawy, naklejki na zderzaki samochodów i inne podobne rzeczy, które sprzedają swoim subskrybentom, a także organizują konkursy. Im silniejsza relacja zbudujesz ze swoimi klientami, tym bardziej będą ci ufać i tym większy zysk osiągniesz. Zyskasz również więcej subskrybentów swojej witryny, wysyłając e-maile do popularnych blogerów, jak omawialiśmy wcześniej. Będą oni kierować ludzi do Twojej witryny i kanału YouTube, a Ty zobaczysz, że liczba subskrybentów i wyświetleń będzie tylko rosła. Podsumowując, e-mail to świetny sposób na dotarcie do ludzi, zwiększenie trafności i wpływu oraz zwiększenie liczby subskrybentów i widzów. Aby skutecznie wykorzystać pocztę e-mail w marketingu YouTube, wystarczy wykonać następujące kroki:

- Zbuduj istniejącą listę subskrybentów YouTube i bazę oglądalności
- Uruchom witrynę internetową dla swojego kanału YouTube
- Wyślij e-mail do swojej listy popularnych blogerów, którzy piszą na tematy podobne do tych, które będą poruszane na Twoim kanale YouTube, aby skierować ruch do Twojej witryny
- Sprzedawaj produkty na swojej witrynie, takie jak logo Twojej marki na koszulkach lub czapkach
- Buduj relacje z subskrybentami poczty e-mail za pośrednictwem bezpłatnych prezentów, aktualizacji, pytań o to, co chcą zobaczyć w przyszłości, i bezpośrednich interakcji

KROK 8: REKLAMA

Nie powinieneś rozważać tylko reklam na YouTube. Powinieneś przyjąć reklamę na YouTube. W rzeczywistości płatna reklama i media są niezwykle skutecznym składnikiem ogólnej udanej kampanii marketingowej kanału YouTube. Niektóre przykłady reklam, których możesz użyć, obejmują reklamę na YouTube i AdWords od Google. Pomiędzy tymi dwoma, reklama na YouTube prawdopodobnie będzie dla Ciebie bardziej skuteczna. Powodem jest to, że może ona przynieść Ci rezultaty za pomocą szerokiej gamy metod, takich jak kierowanie demografii według zachowania i regionu geograficznego. Cały sens reklamy na YouTube nie polega tylko na przyciąganiu uwagi do Twojego kanału, ale na wysyłaniu wezwań do działania do Twojej listy subskrybentów i bazy widzów oraz zwiększaniu ich zaangażowania w Twój kanał. Może to prowadzić do zwiększonej liczby udostępnień Twoich filmów w mediach społecznościowych. Powinieneś zdecydowanie rozważyć płatną reklamę w wyszukiwarce dla swoich filmów na YouTube. Na przykład, korzystając z AdWords od Google, możesz tworzyć krótkie reklamy, które będą bezpośrednio linkować do strony Twojego kanału YouTube lub do jednego z Twoich popularniejszych filmów. Google kieruje reklamy w taki sposób, aby ktoś je zobaczył w konkretnym momencie, gdy szuka treści online, która pasuje do słów kluczowych, które masz w swojej treści wideo (ponownie, SEO wchodzi tutaj w grę).

KOSZT REKLAM

Te reklamy działają za pomocą PPC, czyli płatności za kliknięcie. Dla Ciebie oznacza to, że zapłacisz tylko wtedy, gdy ktoś kliknie link umieszczony w Twojej reklamie. Pamiętaj, że tylko niewielki procent osób, które zobaczą reklamę, faktycznie kliknie link. Płacisz za kliknięcia, a nie za wyświetlenia. Koszt faktycznego kliknięcia w dużej mierze zależy od tego, jak popularne są wybrane przez Ciebie słowa kluczowe wideo. Aby to ująć w perspektywie, załóżmy, że Google informuje Cię, że koszt kliknięcia wynosi 30 centów, a Twój budżet wynosi dziewięćdziesiąt dolarów. Oznacza to, że Twoja reklama wygeneruje 300 nowych wyświetleń dla jednego z Twoich filmów w najlepszym przypadku. Oczywiście lepiej byłoby, gdyby Twój budżet był większy, a koszt kliknięcia niższy, ale to tylko przykład.

TWORZENIE REKLAM

Tworzenie reklam jest również niezwykle ważne. Wszystko w reklamie, od słów po poszczególne postacie, musi mieć cel i przyczyniać się do ogólnego przekazu, który próbujesz przekazać. Chcesz zwiększyć uwagę na swoją reklamę, aby zwiększyć liczbę wyświetleń, więc Twoja reklama musi być przynajmniej w pewnym stopniu kreatywna. Pamiętaj, że ludzie cały czas widzą reklamy kanałów i filmów YouTube, a na większość z nich nie klikają. Musisz przyciągnąć ich uwagę i zaintrygować, aby chcieli dowiedzieć się więcej o Twoim kanale i filmach.

PROWADZENIE WIELU KAMPANII REKLAMOWYCH

Piękno reklamy opartej na słowach kluczowych polega na tym, że pozwala ona szybko stworzyć widownię oglądającą Twój kanał YouTube. Celem reklamy nie jest koniecznie to, aby Twoje filmy stały się wirusowe (lepiej służy temu marketing w mediach społecznościowych, o którym powiemy później), ale raczej to, abyś wcześniej zwrócił uwagę na swój kanał YouTube i pozyskał kilku początkowych subskrybentów. Jednak to, jak duża jest Twoja kampania reklamowa, zależy od Twojego budżetu. Jeśli Twój budżet jest wystarczająco duży, powinieneś poważnie rozważyć uruchomienie kilku kampanii reklamowych. Każda z nich powinna różnić się od pozostałych za pomocą używanych słów kluczowych lub linkowanego do innego filmu Twojego autorstwa.

KROK 9: USTALANIE PRIORYTETÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Marketing kanału YouTube za pośrednictwem mediów społecznościowych zawsze zwiększy Twoją widoczność. Miejsca mediów społecznościowych, takie jak Facebook, Twitter i Reddit, są doskonałymi przykładami miejsc, w których możesz rozprzestrzeniać informacje o swoim kanale YouTube. Jednak konkretna sieć społecznościowa, która najlepiej nadaje się do marketingu Twojego filmu, zależy od treści, które tworzysz, i Twojej grupy docelowej. Obecnie wiele osób znalazło swoje ulubione kanały YouTube, odkrywając je za pośrednictwem witryn mediów społecznościowych, takich jak Facebook i Twitter. Dlaczego media społecznościowe są tak skutecznym miejscem do rozprzestrzeniania informacji o Twoim kanale YouTube? Odpowiedź brzmi, że nie tylko pozwalają Ci zacząć rozwijać więcej obserwujących Twój kanał, ale także umożliwiają bezpośrednią interakcję z jednym z nich. Pamiętaj, aby uwzględniać hashtagi słów kluczowych w swoich postach i tweetach. W ten sposób osoby, które nawet Cię nie obserwują, zwrócą na Ciebie uwagę, po prostu wyszukując określone słowa kluczowe. Powinieneś koniecznie umieścić link do swojego kanału YouTube lub przynajmniej do konkretnego filmu, a także napisać krótki podgląd tego, czego użytkownicy powinni się spodziewać, jeśli klikną link i obejrzą film. Gdy ludzie zaczną wychwytywać Twoje hashtagi i klikać Twój film, będzie im również niezwykle łatwo udostępnić Twój link znajomym. Jeśli zadadzą jakieś pytania w sekcji komentarzy, możesz łatwo odpowiedzieć na nie od razu. Co więcej, możesz również zwrócić się bezpośrednio do każdego ze swoich obserwujących, wysyłając do nich prywatne wiadomości. To Twoja szansa, aby pokazać, że zależy Ci na Twoich najbardziej oddanych obserwujących, a także szansa na zaoferowanie subskrypcji Twojej witryny (zakładając, że ją masz) i wszelkich konkursów, które będziesz organizować. Musisz uważać, aby Twoje interakcje z obserwującymi nie przypominały celowych reklam. Jeśli to zrobisz, spowoduje to jedynie odstraszenie obserwujących i rozpowszechnienie negatywnych opinii na temat Twojego kanału. Biorąc wszystko pod uwagę, prawdopodobnie łatwiej jest Ci zbudować publiczność dla swojego kanału YouTube na Facebooku niż na Twitterze. Powodem jest to, że musisz osadzić tylko linki do swoich filmów w aktualizacjach na Facebooku. Możesz również opisać filmy bardziej szczegółowo w podglądach, niż byłbyś w stanie zrobić to na Twitterze. Podczas tworzenia strony na Facebooku dla swojego kanału YouTube, zawsze ustawiaj ją albo w opcji „lokalna firma lub miejsce” albo „marka lub produkt”. Dzięki Facebookowi nie tylko będziesz w stanie zwiększyć obecność online siebie i swojego kanału YouTube, ale użytkownicy na Facebooku będą mogli również zlokalizować Twoją stronę za pomocą słów kluczowych, które uwzględniasz w tytułach i opisach. SEO jest ważne podczas marketingu swojego kanału YouTube i z pewnością nie jest mniej ważne, jeśli chodzi o media społecznościowe. Najlepszą rzeczą w korzystaniu z mediów społecznościowych w kampanii marketingowej YouTube jest to, że jest to z pewnością najlepszy sposób, aby każdy z Twoich filmów stał się wirusowy. Filmy, które stają się popularne, rozprzestrzeniają się BARDZO SZYBKO w mediach społecznościowych poprzez udostępnianie. Dlatego jeśli chcesz, aby Twój kanał YouTube przyciągał uwagę i szybko zyskiwał uwagę, udostępnianie filmów za pośrednictwem mediów społecznościowych i witryn, takich jak Facebook, Twitter, Reddit i inne, jest absolutną koniecznością.

KROK 10: MYŚL NIESZABLONOWO

Najpopularniejsze i najbardziej udane kanały YouTube to te, które angażują świat. Oznacza to, że produkują treści, które łączą ludzi, niezależnie od tego, czy te treści są zabawne, pouczające, dramatycznie wzruszające, innowacyjne itd. Aby w ten sposób angażować się w świat i stać się gwiazdą YouTube, musisz myśleć nieszablonowo. Zrób coś w swoich treściach lub w swoim marketingu, co będzie inne niż u konkurencji, dzięki czemu wyróżnisz się i ludzie będą do Ciebie przyciągani. Oto cztery sposoby, w jaki możesz myśleć nieszablonowo, aby zwiększyć swój ogólny potencjał marketingowy:

STWÓRZ WIRUSOWY FILM

Łatwiej powiedzieć niż zrobić, prawda? Każdy aspirujący YouTuber ma nadzieję, że stworzy kolejny film, który stanie się wirusowy w mediach społecznościowych i Internecie i wciągnie cały świat w szaf. Ale chociaż nie ma gwarancji, że stworzysz wirusowy film, możesz zwiększyć szanse na to, postępując zgodnie z kilkoma konkretnymi wskazówkami podczas tworzenia filmów. Pierwsza wskazówka to, aby Twoje filmy były proste, proste, proste. Jeśli zauważysz wspólny wzór w większości, jeśli nie we wszystkich innych filmach, które stały się popularne, to jest to, że są bardzo uproszczone, a także mają tendencję do bycia krótkimi (czyli trwającymi zaledwie kilka minut lub krócej). Powodem tego jest to, że ludzie z natury mają krótki czas skupienia uwagi. Nie potrzeba wiele, aby skierować naszą uwagę na coś innego niż to, na czym skupiamy się w danej chwili. Kiedy oglądamy filmy, chcemy je szybko skosztować, a następnie udostępnić. Z tych powodów niech Twoje filmy będą krótkie i na temat, szczególnie jeśli chcesz spróbować, aby stały się popularne. Inną cechą, którą mają filmy popularne, jest ich wyjątkowość. To również lepiej powiedzieć niż zrobić, ale jeśli Twój film wydaje się wczorajszymi wiadomościami lub kopią poprzedniego filmu popularnego, to po prostu nie ma możliwości, aby stał się popularny.

AKTYWUJ SIĘ ZE SWOJĄ SPOŁECZNOŚCIĄ

To temat, o którym mówiliśmy w tej książce: angażowanie się w relacje z subskrybentami i widzami. Można argumentować, że jest to skuteczniejsza taktyka reklamowa niż próba stworzenia wirusowej treści, ponieważ nigdy nie wiesz, czy Twoje wideo(a) stanie(a) się wirusowe, czy nie. Tylko odbiorcy mają nad tym jakąkolwiek kontrolę; Ty nie, bez względu na to, ile wysiłku włożysz. Ale masz całkowitą kontrolę nad tym, jak angażujesz swoich subskrybentów. Proste rzeczy, takie jak odpowiadanie na pytania w komentarzach, prowadzenie sesji wideo z pytaniami i odpowiedziami oraz oferowanie bezpłatnych produktów, takich jak koszulki i czapki z logo zespołu lub organizowanie konkursów na te rzeczy, to wszystko są uproszczone, ale całkowicie skuteczne sposoby na nawiązanie kontaktu ze społecznością YouTube i zyskanie większego zaufania widzów.

MIEJ TEMAT

Wszystkie udane kanały YouTube mają spójny motyw, który je przewija. Motyw ten może przybierać formę tego, o czym jest Twój kanał YouTube pod względem tematycznym, ale może to być również sposób, w jaki podchodzisz do tego tematu lub jaki jest Twój głos. Jako ludzie rozwijamy się dzięki narracji, a gdy narracja, do której jesteśmy przyzwyczajeni, przyjmuje nowy motyw lub podejście, przestajemy słuchać. Chcesz, aby ludzie czuli się w pełni komfortowo z Tobą i Twoim kanałem, a zmiana motywu lub podejścia do kanału tylko to zaburza. Jeśli nie czujesz, że masz jeszcze odpowiedni motyw, opracuj go.

NIE PRZESTAWAJ PRODUKOWAĆ TREŚCI

Mówiliśmy o tym wcześniej. Nie przestawaj produkować treści. Nie przesadzaj i nie myśl, że musisz produkować nowy film każdego dnia, ale zdecydowanie powinieneś produkować treści w regularnych odstępach czasu, w oparciu o to, co jest dla Ciebie realistyczne. Niezależnie od tego, czy te odstępy wynoszą trzy razy w tygodniu, czy tylko raz w tygodniu, musisz produkować treści **REGULARNIE I KONSEKWENTNIE**. Jeśli możesz to zrobić, z pewnością zobaczysz, że Twoja oglądalność i baza subskrybentów się powiększą. Ale jeśli produkujesz treści sporadycznie lub nieprzewidywalnie, ludzie będą wyłączać się z Twojego kanału z prostego powodu: nie wiedzą, kiedy spodziewać się filmu.